

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu agenda pembangunan Indonesia dalam rangka Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) dan meningkatkan kesejahteraan rakyat adalah melalui pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Peran UMKM dalam perekonomian Indonesia dapat dilihat dari kedudukannya sebagai pemain utama dalam kegiatan ekonomi di berbagai sektor, penyedia lapangan kerja yang terbesar, pemain penting dalam pengembangan kegiatan ekonomi lokal dan pemberdayaan masyarakat, pencipta pasar baru dan sumber inovasi, serta sumbangannya dalam menjaga neraca pembayaran melalui kegiatan ekspor (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia).

Sektor industri, perdagangan, koperasi dan UMKM merupakan komponen utama pembangunan ekonomi nasional yang berpotensi mampu memberikan kontribusi ekonomi yang besar melalui nilai tambah, lapangan kerja dan devisa, disamping memberikan kontribusi yang besar dalam transformasi kultural bangsa kearah modernisasi kehidupan masyarakat yang menunjang pembentukan daya saing dalam era globalisasi ekonomi. Keadaan ini ditandai dengan pesatnya perkembangan teknologi yang berdampak pada sangat ketatnya persaingan dan terjadinya perubahan yang begitu cepat.

Luas perkebunan kelapa di Indonesia saat ini mencapai 3,36 juta hektar (Ha) atau 28 persen dari total areal dunia sekitar 12 juta ha. Persebaran kebun kelapa hampir merata di seluruh Indonesia, dengan sebaran terbanyak berada di Sumatera mencapai 29,2 %, Jawa 21,7,%, Bali, NTB dan NTT 8,0%, Kalimantan 6%, Sulawesi 22,7%, Maluku dan Papua 10% (Direktorat Jenderal Perkebunan, 2021) Bila dilihat menurut provinsi, kebun kelapa terluas berada di provinsi Riau 12,4%, disusul Sulawesi Utara 8,1%, dan Jawa Timur 7,5%.

Usaha kecil dan menengah merupakan salah satu sektor penghidupan masyarakat yang mengembangkan teknologi produksi. Saat ini usaha kecil dan

menengah yang sedang berkembang pesat di Kabupaten Batu Bara ialah usaha turunan kelapa.

Tanaman Kelapa (*Cocos Nucifera*) merupakan jenis tanaman yang memiliki banyak kegunaan. Hampir semua bagian kelapa mulai dari daun, batang dan bagian buahnya sampai pada tandan kelapa muda memiliki manfaat yang dirasakan secara langsung terutama bagi masyarakat daerah tropis. Pada daerah tropis tanaman kelapa ini merupakan tanaman yang paling banyak tersedia pada semua wilayah. Namun pemanfaatan potensi kelapa ini belum dilakukan secara maksimal. Kelapa tidak dapat dimanfaatkan secara langsung sehingga memiliki nilai ekonomis yang rendah. Salah satunya ialah Minyak Kelapa Murni VCO (*Virgin Coconut Oil*) (Tanasale, 2013).

Virgin Coconut Oil (VCO) merupakan modifikasi proses pembuatan minyak kelapa sehingga produk yang dihasilkan memiliki kadar air dan kadar asam lemak bebas yang rendah, berwarna bening, berbau harum, serta mempunyai daya simpan yang cukup lama yaitu lebih dari 12 bulan. VCO memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan minyak kelapa biasa. Mulai dari proses pengolahan, dari segi ekonomi bahkan dari segi kesehatan VCO lebih unggul dibandingkan dengan minyak kelapa biasa.

Minyak kelapa murni (VCO) merupakan hasil olahan kelapa yang bebas dari trans fatty acid (TFA) atau asam lemak-trans. Asam lemak trans ini dapat terjadi akibat proses hidrogenasi. Agar tidak mengalami proses hidrogenasi, maka ekstraksi minyak kelapa ini dilakukan dengan proses dingin. Misalnya, secara fermentasi, pancingan, pemanasan terkendali, pengeringan parutan kelapa secara cepat dan lain-lain (Darmoyuwono, 2006).

Produksi VCO (*Virgin Coconut Oil*) di Kabupaten Batu Bara tersebar pada 4 (empat) kecamatan di Kabupaten Batu Bara. Dengan total produksi kelapa menjadi VCO sebanyak 2.968 Kg. Produksi pembuatan VCO terbesar berada di usaha kecil dan menengah Mazzuri Indonesia yang berada dikecamatan Nibung Hangus. Dengan jumlah produksi per bulan mencapai 1.008 Kg atau sekitar 33,9% dari jumlah produksi VCO yang ada di kabupaten Batu Bara. Sisanya didistribusikan oleh petani kelapa ke kota-kota besar yang ada di pulau Sumatera.

Berikut ini adalah jumlah produksi kelapa menjadi VCO di Kabupaten Batu Bara tahun 2019 :

Tabel 1.1 Data Jumlah Produksi UKM VCO di Kabupaten Batu Bara

Nama Usaha	Alamat	Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI)	Tenaga Kerja
UKM Nibung Jaya	Nibung Hangus	Pengolahan Kelapa	3
UKM Mazzuri Indonesia	Nibung Hangus	Pengolahan Kelapa	2
UKM Klentik VCO	Nibung Hangus	Pengolahan Kelapa	2
UKM Laras Sejati	Nibung Hangus	Pengolahan Kelapa	4
UKM Nibung Coconut	Nibung Hangus	Pengolahan Kelapa	2
UKM Cahaya Tani	Nibung Hangus	Pengolahan Kelapa	2
UKM Citra Harapan	Nibung Hangus	Pengolahan Kelapa	2
UKM Tani Subur	Nibung Hangus	Pengolahan Kelapa	3
UKM Garapan Indah	Nibung Hangus	Pengolahan Kelapa	3
UKM Essential Oils And Carrier Oils	Sei balai	Pengolahan Kelapa	4
UKM Harapan Baru	Nibung Hangus	Pengolahan Kelapa	2
UKM Jaya Lestari	Nibung Hangus	Pengolahan Kelapa	2
UKM Maju Hybrid	Nibung Hangus	Pengolahan Kelapa	2
Kelompok Kembar Jaya	Nibung Hangus	Pengolahan Kelapa	5
UKM Tani Deras	Medang deras	Pengolahan Kelapa	3
UKM Tri Coconut	Indrapura	Pengolahan Kelapa	2
UKM Ahri Jaya	Indrapura	Pengolahan Kelapa	2
UKM Dwi Ramadhan	Indrapura	Pengolahan Kelapa	2
UKM Chairil Sejahtera	Sei balai	Pengolahan Kelapa	3
UKM VCO Oil SR12	Indrapura	Pengolahan Kelapa	4
UKM VCO Niraf	Indrapura	Pengolahan Kelapa	4
UKM Niharaya VCO	Medang deras	Pengolahan Kelapa	5
UKM Mandiri Sejahtera	Sei Balai	Pengolahan Kelapa	2
UD. Flamboyan Coconut Centre	Nibung Hangus	Pengolahan Kelapa	8

Sumber : Bidang Perindustrian, Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kab. Batu Bara, 2019

VCO (*Virgin Coconut Oil*) juga merupakan salah satu komoditas hasil pertanian yang memiliki posisi penting dalam meningkatkan kesehatan secara alami pada masyarakat konsumen maupun sebagai bahan baku dalam industri sabun, shampoo, dan produk perawatan tubuh lain yang menggunakan bahan baku VCO, khususnya masyarakat Kabupaten Batu Bara. Usaha kecil dan menengah pembuatan VCO merupakan salah satu usaha yang didalamnya ikut berperan serta dalam menghasilkan lapangan pekerjaan, berperan menjadi lokomotif pergerakan ekonomi dimasa pandemic, dan juga ikut ambil alih dalam pemulihan ekonomi nasional. atau ikut berperan serta dalam mengurangi pengangguran. Berdasarkan uraian dan pertimbangan tersebut. Dari latar belakang di atas, maka penulis mengambil judul **“Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keuntungan Pengusaha Vco Dengan Metode *Saturation Sampling* (SS) Di Kabupaten Batu Bara”**.

1.2 Rumusan Masalah

Untuk memberikan pedoman yang jelas dalam arah penelitian dari latar belakang yang diuraikan maka beberapa masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh variabel tenaga kerja, modal kerja, serta jumlah kelapa terhadap keuntungan pengusaha pembuatan VCO di Kabupaten Batu Bara?
2. Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keuntungan pengusaha pembuatan VCO di Kabupaten Batu Bara?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel tenaga kerja, modal kerja, serta jumlah kelapa saat produksi terhadap peningkatan keuntungan pengusaha VCO di Kabupaten Batu Bara.

2. Untuk mengetahui variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap keuntungan pengusaha pembuatan VCO di Kabupaten Batu Bara.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Sebagai pertimbangan bagi instansi yang berwenang untuk pengembangan dan pembinaan sektor usaha kecil dan menengah terutama usaha VCO.
2. Sebagai sumbangan pemikiran bagi peningkatan taraf hidup masyarakat golongan ekonomi menengah kebawah yang ingin menjadi wirausaha baru di tengah pandemic covid-19.
3. Motivasi kepada para usaha kecil menengah pembuatan VCO untuk lebih meningkatkan dan memperbaiki manajemen.

1.4 Batasan Masalah

Ruang lingkup yang dibatasi dalam masalah adalah :

1. Objek penelitian dilakukan hanya pada Industri VCO di Kabupaten Batu Bara.
2. Analisa yang dilakukan terhadap keuntungan pengusaha VCO di Kabupaten Batu Bara hanya meliputi 4 variabel yaitu tenaga kerja, modal usaha dan jumlah kelapa.
3. Metode pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini hanya metode Saturation Sampling.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar lebih mudah di telusuri dan di pahami, maka perlu di tentukan sistematika penulisan laporan skripsi, yaitu sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Mengemukakan latar belakang permasalahan, pokok permasalahan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, pembahasan masalah, asumsi serta sistematika penulisan proosal skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan tentang beberapa teori-teori untuk menentukan faktor-faktor yang memengaruhi keuntungan pengusaha VCO (*Virgin Coconut Oil*) yang ada di kabupaten Batu Bara dengan menggunakan metode *Saturation Sampling*, yang melandasi penelitian ini baik yang berhubungan dengan analisis, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Memuat uraian tentang bagaimana cara-cara untuk memecahkan masalah dalam melakukan penelitian, berupa kerangka pemecahan masalah dan langkah-langkahnya yang terdiri dari tahap persiapan, tahap pengumpulan data, tahap pengolahan data, tahap analisis dan interpretasi data serta tahap penarikan kesimpulan dan saran.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Dalam bab ini dibahas tentang pengumpulan data-data dan informasi yang ada kaitannya dengan masalah penelitian bidang sistem produksi serta memuat tentang bagaimana melakukan pengolahan terhadap data-data yang telah diambil dengan melakukan pendekatan-pendekatan yang sesuai dengan metode yang digunakan.

BAB V ANALISA DAN EVALUASI

Bab ini berisi tentang analisa-analisa terhadap hasil pengolahan data dan membandingkannya dengan kenyataan di perusahaan serta memuat tentang hasil yang didapat dengan hasil yang ingin dicapai yang kemudian dilakukan evaluasi terhadap hasil tersebut.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab terakhir ini dibahas tentang kesimpulan-kesimpulan yang merupakan pernyataan singkat dan tepat yang dijabarkan dari hasil penelitian dan berisi tentang saran-saran untuk perusahaan dan para pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Produksi

Secara umum, istilah produksi diartikan sebagai penggunaan atau pemanfaatan sumber daya yang mengubah suatu komoditi menjadi komoditi lainnya yang sama sekali berbeda, baik dalam pengertian apa, dan dimana atau kapan komoditi-komoditi itu dialokasikan, maupun dalam pengertian apa yang dapat dikerjakan oleh konsumen terhadap komoditi itu. Istilah produksi berlaku untuk barang maupun jasa, karena istilah komoditi memang mengacu pada barang dan jasa. Keduanya sama-sama dihasilkan dengan mengerahkan modal dan tenaga kerja. Produksi merupakan konsep arus (*flow concept*), maksudnya adalah produksi merupakan kegiatan yang diukur sebagai tingkat-tingkat output per unit periode/waktu. Untuk outputnya sendiri senantiasa diasumsikan konstan kualitasnya (Miller dan Meiners, 2000:251).

2.1.1 Fungsi Produksi

Fungsi produksi adalah jumlah output maksimum yang dapat diperoleh dari sekumpulan input tertentu. Fungsi produksi menunjukkan sifat perkaitan diantara faktor-faktor produksi dan tingkat produksi yang diciptakan. Faktor-faktor produksi dikenal dengan istilah input, dan jumlah produksi disebut sebagai output. Sedangkan Nicholson (2002:159) menyatakan bahwa fungsi produksi adalah hubungan matematik antara input dengan output. Tujuan setiap perusahaan (*firm*) adalah mengubah input menjadi output. Pada model ini hubungan input dan output disusun dalam fungsi produksi (*production function*) yang berbentuk :

$$Q = f(K, L, M, \dots)$$

Dimana :

Q = output barang barang tertentu

K = modal

L = input tenaga kerja

M = bahan mentah yang digunakan

Bentuk dari notasi ini menunjukkan adanya kemungkinan variabel-variabel lain memengaruhi proses produksi. Fungsi produksi, dengan demikian menghasilkan kesimpulan tentang apa yang diketahui perusahaan mengenai bauran berbagai input untuk menghasilkan output.

2.1.2 Biaya Produksi

Perusahaan mengeluarkan biaya ketika mereka membeli input suatu barang dan jasa yang mereka jual (*Mankiw, 2006:336*). Biaya produksi adalah semua pengeluaran perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi yang akan digunakan untuk menghasilkan barang-barang produksi perusahaan tersebut. Analisis mengenai biaya produksi perusahaan perlu dibedakan kepada dua jangka waktu, yaitu (1) jangka panjang, yaitu jangka waktu dimana semua faktor produksi dapat mengalami perubahan dan (2) jangka pendek, yaitu jangka waktu dimana sebagian faktor produksi berubah dan sebagian lainnya tidak dapat berubah.

Dalam Rosyidi (2006:365) biaya produksi adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh pengusaha untuk dapat menghasilkan output. Biaya produksi setiap output tergantung sepenuhnya pada dua hal, yaitu sebagai berikut (Rosyidi, 2006:366):

- a. Berapa besar biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk mendapatkan input; yakni harga input.
- b. Efisiensi perusahaan yang bersangkutan dalam mempergunakan inputnya.

Dalam *Mankiw (2006:242)*, Biaya total produksi dapat dibagi menjadi dua jenis, yaitu

- (1) Biaya tetap (*fixed costs - FC*) tidak berubah, berapapun jumlah barang yang akan diproduksi, biaya ini akan tetap ada jika perusahaan tidak memproduksi apa-apa dan
- (2) Biaya variabel (*variable costs - VC*) berubah jika, terjadi perubahan jumlah produksi.

Dalam analisis biaya produksi perlu memperhatikan:

- (1) Biaya produksi rata-rata : yang meliputi biaya produksi total rata-rata, biaya produksi tetap rata-rata, dan biaya variabel rata-rata : dan
- (2) Biaya produksi marginal, yaitu tambahan biaya produksi yang dikeluarkan untuk menambah satu unit produksi.

Dalam analisis jangka pendek konsep-konsep yang digunakan adalah (Soeharno, 2007:99)

- a. Biaya tetap, yaitu biaya yang tidak tergantung pada banyak sedikitnya produk yang dihasilkan.
- b. Biaya variabel, yaitu biaya yang tergantung pada banyak sedikitnya produk yang dihasilkan.
- c. Biaya total (*total cost* –TC), yaitu biaya tetap ditambah biaya variabel
 $TC=FC+VC$.
- d. Biaya rata-rata (*average cost* – MC), yaitu biaya total dibagi produk yang dihasilkan $AC=TC/Q$
- e. Biaya marginal (*marginal cost* – MC), yaitu tambahan terhadap biaya total sebagai akibat ditambahnya satu unit produk yang dihasilkan.

2.2 Keuntungan

Keuntungan Menurut teori laba, tingkat keuntungan pada setiap perusahaan biasanya berbeda pada setiap jenis usaha, baik perusahaan yang bergerak di bidang tekstil, baja, farmasi, komputer, alat perkantoran, dan lain-lain. Terdapat beberapa teori yang menerangkan perbedaan ini sebagai berikut (Arifin Sitio, 2001:77-79) :

- a. Teori Laba Menanggung Resiko (Risk-Bearing Theory of Profit). Menurut teori ini, keuntungan ekonomi diatas normal akan diperoleh perusahaan dengan resiko di atas rata-rata.
- b. Teori Laba Friksional (Frictional Theory of Profit). 8 Teori ini menekankan bahwa keuntungan meningkat sebagai suatu hasil dari friksi keseimbangan jangka panjang (long run equilibrium).

- c. Teori Laba Monopoli (*Monopoly Theory of Profit*). Teori ini mengatakan bahwa beberapa perusahaan dengan kekuatan monopoli dapat membatasi output dan menetapkan harga yang lebih tinggi daripada bila perusahaan beroperasi dalam kondisi persaingan sempurna. Dengan demikian perusahaan menikmati keuntungan. Kekuatan monopoli ini dapat diperoleh melalui :
- Penguasaan penuh atas supply bahan baku tertentu
 - Skala ekonomi
 - Kepemilikan hak paten, atau
 - Pembatasan daerah Pemerintah
- d. Teori Laba Inovasi (*Innovation Theory of Profit*). Menurut teori ini, laba diperoleh karena keberhasilan perusahaan dalam melakukan inovasi.
- e. Teori Laba Efisiensi Manajerial (*Managerial Efficiency Theory of Profit*). Teori ini menekankan bahwa perusahaan yang dikelola secara efisien akan memperoleh laba diatas rata-rata laba normal.

Keuntungan diperoleh dari hasil mengurangkan berbagai biaya yang dikeluarkan dari hasil penjualan yang diperoleh ($\pi=TR-TC$). Keuntungan yang tinggi merupakan insentif bagi perusahaan untuk meningkatkan outputnya dalam jangka panjang. Sebaliknya, laba yang rendah atau rugi adalah pertanda bahwa konsumen menginginkan kurang dari produk/komoditi yang ditangani dan metode produksinya tidak efisien. Keuntungan yang diperoleh pemilik usaha setiap hari, minggu, bulan bahkan tahun selalu mengalami perubahan. Perubahan pada keuntungan tersebut bisa perubahan keuntungan yang meningkat atau perubahan keuntungan yang menurun. Pada penelitian ini perubahan keuntungan yang terjadi di warung tradisional adalah perubahan keuntungan yang menurun akibat dari munculnya minimarket disekitar mereka. Perubahan keuntungan warung tradisional dipengaruhi oleh beberapa hal seperti perubahan omset penjualan, jarak dan juga diversifikasi produk yang digunakan pada penelitian ini.

2.3 Pengusaha atau Wirausahawan (Entrepreneur)

Ada beberapa pengertian tentang pengusaha atau wirausahawan (entrepreneur), antara lain:

1. “Kata wirausahawan merupakan terjemahan dari kata entrepreneur. Kata tersebut berasal dari bahasa Perancis *entreprendre* yang berarti “bertanggung jawab”. Wirausahawan adalah inovator yang mampu memanfaatkan dan mengubah kesempatan menjadi ide yang dapat dijual atau dipasarkan, memberikan nilai tambah dengan memanfaatkan upaya, waktu, biaya atau kecakapan dengan tujuan mendapat keuntungan” (Machfoedz, 2002).
2. “Entrepreneur adalah seseorang yang mempunyai visi, semangat, dan melakukan tindakan-tindakan nyata dalam usaha menciptakan dan mengembangkan sendiri sumber-sumber income-nya tanpa bergantung semata-mata pada orang lain” (Sarosa. P, 2005).

Sehingga dapat dikatakan bahwa pengusaha atau wirausahawan (entrepreneur) adalah seseorang yang mampu melihat peluang dengan melakukan inovasi demi menciptakan bisnis baru dengan segala resiko yang ada dengan tujuan mencapai keuntungan.

2.3.1 Ciri-ciri Seorang Pengusaha atau Wirausahawan (Entrepreneur)

Menurut Meredith et al. (2000) terdapat 5 ciri seorang wirausahawan (entrepreneur) adalah sebagai berikut:

1. Percaya diri, yang berarti mengambil keputusan tidak terombang-ambing oleh pendapat ataupun saran dari orang lain, tetapi menggunakannya sebagai masukan.
2. Berorientasi pada tugas dan hasil. Seorang entrepreneur harus berorientasi pada kebutuhan akan prestasi dan laba, serta memiliki ketekunan, ketabahan, tekad yang kuat, suka bekerja keras, energik dan memiliki inisiatif.
3. Pengambil resiko, yang berarti memiliki kemampuan untuk mengambil resiko dan suka pada tantangan.

4. Kepemimpinan, dimana seorang entrepreneur harus mampu berperilaku sebagai pemimpin yang berarti seorang pemimpin yang baik harus mampu bergaul dengan orang lain dan suka terhadap saran dan kritik yang membangun.
5. Keorisinilan, yang berarti memiliki inovasi dan kreativitas tinggi dalam hal ide, serta fleksibel dan memiliki jaringan bisnis yang luas.
6. Berorientasi pada masa depan, dimana seorang entrepreneur harus memiliki persepsi dan memiliki cara pandang atau cara pikir yang berorientasi pada masa depan, memiliki keyakinan, kemandirian dan pastinya seorang entrepreneur harus tetap optimis.

2.3.2. Sifat Pengusaha atau Wirausahawan (Entrepreneur)

Seorang pengusaha atau wirausahawan (entrepreneur) sebaiknya memiliki sifat-sifat berikut ini dalam mendukung usahanya, antara lain:

1. Dream, yang berarti mempunyai visi dan mempunyai kemampuan untuk mewujudkan impiannya tersebut.
2. Decisiveness, yang berarti memiliki kemampuan untuk mengambil keputusan dengan cepat dan tepat.
3. Doers, yang berarti tidak mau menunda-nunda kesempatan.
4. Determination, yang berarti memiliki rasa tanggungjawab yang tinggi dan tidak mau menyerah.
5. Dedication, yang berarti memiliki dedikasi.
6. Devotion, yang berarti mencintai pekerjaannya.
7. Details, yang berarti memperhatikan faktor-faktor kritis secara rinci.
8. Destiny, yang berarti bertanggungjawab terhadap nasib dan tujuan yang hendak dicapainya.
9. Dollars, yang berarti merasa sukses berbisnis jika telah mendapat laba atau bonus atau hadiah.
10. Distribute, yang berarti mau mendistribusikan kepemilikannya atau memiliki orang kepercayaan (Bygrave, 2005).

2.3.3. Karakteristik Pengusaha atau Wirausahawan (Entrepreneur)

Terdapat beberapa karakteristik yang harus dipunyai seorang pengusaha atau wirausahawan (entrepreneur), yaitu:

1. Creation, yaitu menciptakan suatu peluang bisnis dari peluang yang ada.
2. Innovation, mengembangkan inovasi dalam lingkup bisnisnya yang meliputi produk baru, proses, market, material atau organisasi.
3. Risk undertake, setiap entrepreneur menerima dan mengambil resiko bahwa bisnis yang dijalankannya mungkin akan mengalami kerugian atau kegagalan.
4. General management, pemilik bisnis harus dapat mengelola dan mengalokasikan sumber daya-nya yang terbatas, dan yang terakhir adalah performance intention, menciptakan pertumbuhan yang tinggi dan menghasilkan laba (Winarto, 2002).

2.3.4. Tipe-tipe Pengusaha atau Wirausahawan (Entrepreneur)

Sebelum melihat lebih lanjut perlu diketahui tipe-tipe dari pengusaha atau wirausahawan (entrepreneur) seperti yang terdapat dalam Alma (2005) yaitu:

1. Entrepreneur yang memiliki inisiatif.
2. Entrepreneur yang mengorganisir mekanis sosial dan ekonomi untuk menghasilkan sesuatu.
3. Entrepreneur yang menerima resiko atau kegagalan.

2.4 Penjualan

Menurut Basu Swastha (2001:8) penjual adalah ilmu dan seni memengaruhi pribadi yang dilakukan oleh penjual untuk mengajak orang lain agar bersedia membeli barang atau jasa yang ditawarkan. Kegiatan penjualan merupakan kegiatan dari pemasaran yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran terhadap suatu produk dari produsen kepada konsumen. Semua kegiatan penjualan yang dilakukan oleh perusahaan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, guna mencapai keuntungan yang optimal. Penjualan ini merupakan fungsi yang paling penting dalam pemasaran karena menjadi tulang punggung kegiatan untuk mencapai pasar yang

dituju. Fungsi penjualan juga merupakan sumber pendapatan yang diperlukan untuk menutup ongkos-ongkos dengan harapan bisa mendapatkan laba. Jika barang-barang diproduksi atau dibeli untuk dijual, maka diusahakan sejauh mungkin agar barang tersebut dapat terjual. Oleh karena itu perlu adanya berbagai macam cara untuk memajukan penjualan, seperti periklanan, peragaan, penggunaan promosi secara luas guna memengaruhi publik.

Pada konsep penjualan berkeyakinan bahwa konsumen, mungkin tidak membeli secara kontinu produk yang ditawarkan, jadi perusahaan harus melakukan upaya ekstra untuk meningkatkan penjualan yang disertai promosi yang agresif. Konsep penjualan menyatakan bahwa konsumen akan membeli produk jika perusahaan melakukan promosi dan penjualan yang menonjol. Sehingga dalam melaksanakan penjualan setiap produk, pemasar perlu berupaya keras, cerdas dengan tepat.

Peningkatan penjualan dapat dikaitkan dengan volume penjualan yang terjadi. Volume penjualan merupakan ukuran yang menunjukkan banyaknya atau besarnya jumlah barang atau jasa yang terjual. Sehingga volume penjualan merupakan total yang dihasilkan dari penjualan barang. Semakin tinggi penjualan barang perusahaan maka menunjukkan tingkat keberhasilan dalam mengembangkan perusahaan dan semakin tinggi laba yang dihasilkan. Menurut Dauglas J. Dalrymple manajemen penjualan adalah perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program kontak tatap muka yang dirancang untuk mencapai tujuan penjualan perusahaan. Definisi ini menyarankan bahwa manajemen penjualan berkaitan dengan pengambilan keputusan strategis, disamping rencana-rencana.

Pemasaran Menurut *American Marketing Association*, manajemen penjualan adalah perencanaan, pengarahan dan pengawasan penjualan tatap muka, termasuk penarikan, pemilihan, perlengkapan, penugasan, penentuan rute, supervise, pembayaran dan permotivasi sebagai tugas yang diberikan pada tenaga penjualan. Sedangkan menurut Basu Swastha Dh., manajemen penjualan adalah perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian program-program kontak tatap muka, termasuk

pengalokasian, penarikan, pemilihan, pelatihan dan permotivasi yang dirancang untuk mencapai tujuan penjualan perusahaan.

2.4.1 Tujuan Penjualan

Pada umumnya tujuan penjualan adalah mendapatkan laba dan mempertahankan atau bahkan meningkatkan penjualan. Tujuan penjualan tersebut dapat tercapai apabila penjualan dapat dilaksanakan seperti apa yang telah direncanakan. Dengan demikian tidak berarti bahwa barang dan jasa yang terjual akan selalu menghasilkan laba, karena perlu diperhatikan pula proses proses dari penjualan yang dapat menentukan berhasil tidaknya perusahaan dalam menerapkan strategi penjualan. Ada tiga tujuan umum dalam melaksanakan penjualan adalah sebagai berikut:

- 1) Mencapai volume penjualan Perlu adanya kerjasama yang rapi daiantara fungsionaris dalam perusahaan sesuai dengan tugas dan fungsinya masing-masing.
- 2) Mendapatkan laba tertentu Hal ini diperlukan guna mengukur keberhasilan suatu penjualan yang dilakukan oleh perusahaan dalam melakukan tujuan penjualan.
- 3) Menunjang pertumbuhan perusahaan Pimpinan (*top manager*) harus dapat bertanggung jawab, pimpinanlah yang harus mengukur seberapa besarsuksesnya dan kegagalan yang dihadapinya untuk dapat ditentukan dengan cara menentukan estimasi tentang potensi pesaing, kemampuan tenaga penjualan.

Pencapaian tujuan perusahaan ini merupakan suatu perkiraan tingkat penjualan yang dapat diharapkan berdasarkan pada rencana pemasaran yang telah ditetapkan dan pada lingkungan pemasaran tertentu. Target penjualan ini merupakan suatu perkiraan tingkat penjualan yang dapat diharapkan berdasarkan pada rencana pemasaran yang telah ditetapkan dan pada situasi lingkungan pemasaran tertentu,

dengan tercapainya target penjualan maka akan menghasilkan jumlah keuntungan yang meningkat.

2.4.2 Jenis-Jenis Penjualan

Dalam bidang manajemen terdapat lima jenis penjualan, antara lain sebagai berikut:

- 1) *Trade Selling* adalah penjualan produk (barang atau jasa) melalui penyalur atau distributor. Produsen tidak menjual sendiri produknya ke konsumen akhir. Distributor bertugas untuk mengelola penjualan produk sampai pada konsumen.
- 2) *Missionary Selling* adalah penjual atau produsen berusaha memengaruhi dan membujuk pembeli agar membeli produk dari penyalur yang ditunjuk oleh perusahaan.
- 3) *Technical Selling* adalah teknik yang berusaha meningkatkan penjualan produk dengan memberikan nasihat dan saran kepada konsumen. Tugas penjual, adalah mengidentifikasi masalah-masalah yang dihadapi oleh konsumen, lalu memberikan solusi dari masalah tersebut dengan menggunakan produk yang ditawarkan perusahaan.
- 4) *New Business Selling* adalah penjual berusaha mengubah *suspect* (calon pembeli potensial) menjadi pembeli yang *actual* atau sesungguhnya.
- 5) *Responsive Selling* adalah tugas penjual memberikan reaksi dari stimulus yang ditunjukkan oleh pembeli atau calon pembeli. Bertugas memberikan pelayanan yang terbaik agar konsumen terpuaskan.

2.5 Pengertian *Saturation Sampling* (SS)

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara *Non Probability Sampling* yang dipilih yaitu dengan *Saturation Sampling* (Sampling Jenuh) yaitu metode penarikan sampel bila semua anggota populasi dijadikan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan apabila jumlah populasi kecil, kurang dari 30 orang (Supriyanto dan Machfudz, 2010: 188).

Pengertian sampel menurut Sugiyono (2012:73) adalah bagian dari

jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul representative (mewakili). Ukuran sampel merupakan banyaknya sampel yang akan diambil dari suatu populasi. Menurut Arikunto (2012:104) jika jumlah populasinya kurang dari 30 sampel, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih besar dari 30 sampel, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Berdasarkan penelitian ini karena jumlah populasinya tidak lebih besar dari 30 responden, maka penulis mengambil 100% jumlah populasi yang ada pada Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten Batu Bara yaitu sebanyak 24 orang responden. Dengan demikian penggunaan seluruh populasi tanpa harus menarik sampel penelitian sebagai unit observasi disebut sebagai teknik sensus.

2.6 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Keuntungan Pengusaha VCO

Faktor produksi merupakan semua unsure yang menopang usaha penciptaan nilai atau usaha memperbesar nilai barang. Faktor-faktor yang memengaruhi keuntungan pengusaha VCO di kabupaten Batu Bara adalah :

2.6.1 Modal

Modal adalah semua bentuk kekayaan yang dapat digunakan secara langsung atau tidak langsung, dalam kaitannya untuk menambah output, lebih khusus dikatakan bahwa kapital terdiri dari barang-barang yang dibuat untuk penggunaan produk pada masa yang akan datang (Irawan dan Suparmoko, 2003:75).

Salah satu faktor produksi yang tidak kalah pentingnya adalah modal, sebab didalam suatu usaha masalah modal mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan berhasil tidaknya suatu usaha yang telah didirikan. Modal dapat dibagi sebagai berikut (Suryana, 2001:36) :

- a. Modal Tetap : Adalah modal yang memberikan jasa untuk proses produksi dalam jangka waktu yang relatif lama dan tidak terpengaruh oleh besar kecilnya jumlah produksi.

- b. Modal Lancar : Adalah modal memberikan jasa hanya sekali dalam proses produksi, bisa dalam bentuk bahan-bahan baku dan kebutuhan lain sebagai penunjang usaha tersebut.

Dapat dikemukakan pengertian secara klasik, dimana modal mengandung pengertian sebagai “hasil produksi yang digunakan untuk memproduksi lebih lanjut”. Beberapa pengertian modal dibawah ini akan memberikan pengertian yang lebih baik, antara lain : pendapat Schwiedland memberikan pengertian modal dalam artian yang lebih luas, yaitu modal meliputi baik modal dalam bentuk uang (Geldkapital), maupun dalam bentuk barang atau (Sachkapital), misalnya mesin barang-barang dagangan dan lain sebagainya. (Bambang Riyanto, 2001:9).

Berdasar fungsi kerjanya, modal dapat dibagi menjadi dua yaitu (Bambang Riyanto) :

- a. Modal investasi tetap. Meliputi peralatan yang digunakan dalam melakukan kegiatan usaha.
- b. Modal kerja. Digunakan untuk membiayai operasional sehari-hari, misalnya untuk memberikan porsekot, pembelian bahan mentah, dan membayar upah tenaga kerja.

Perbedaan fungsional antara modal kerja dengan modal tetap ialah dalam artian bahwa :

- a. Jumlah modal kerja adalah lebih fleksibel. Jumlah modal kerja dapat lebih mudah diperbesar dan diperkecil, dapat lebih mudah diperbesar dan diperkecil. Sedangkan modal tetap, sekali dibeli tidak mudah dikurangi atau diperkecil. Dalam keadaan gelombang ekonomi yang menurun, modal kerja dapat dengan segera dikurangi, tetapi modal tetap tidak dapat dengan segera dikurangi sehingga selalu ketinggalan waktunya. Demikian pada sebaliknya dalam keadaan gelombang ekonomi naik, modal tetap tidak dapat segera diperbesar atau disesuaikan.
- b. Susunan modal kerja adalah relatif variabel. Elemen-elemen modal kerja akan berubah-ubah sesuai dengan kebutuhan, sedangkan susunan modal tetap adalah

relatif permanen dalam jangka waktu tertentu, karena elemen-elemen dari modal tetap tidak segera mengalami perubahan-perubahan.

- c. Modal kerja mengalami proses perputaran dalam jangka waktu yang pendek, sedangkan modal tetap mengalami proses perputaran dalam jangka waktu yang panjang.

2.6.2 Tenaga Kerja

Tenaga kerja adalah bagian penduduk yang ikut serta dan diikutsertakan dalam suatu proses ekonomi, mereka yang benar-benar nekerja, mereka yang mempunyai pekerjaan dan mencari pekerjaan lagi atau mereka yang sedang mencari pekerjaan, serta mereka yang memasuki usia kerja tetapi belum turut aktif dalam proses produksi. Penduduk tersebut antara lain pelajar, ibu rumah tangga orang-orang tua (Sukanto dan Karseno, 1995 : 20)

Di Indonesia usia kerja dipilih batas minimum 10 tahun tanpa batas umur maksimum. Jadi tenaga kerja di Indonesia dimaksudkan sebagai penduduk yang berumur 10 tahun atau lebih (Simanjuntak, 1985 :2). Tenaga kerja terdiri dari angkatan kerja dan bukan angkatan kerja. Angkatan kerja terdiri dari golongan yang bekerja dan golongan yang menganggur dan mencari pekerjaan. Kelompok bukan angkatan kerja terdiri dari golongan yang bersekolah, golongan yang mengurus rumah tangga dan golongan lain-lain atau penerima pendapatan.

Tenaga kerja merupakan salah satu dari faktor produksi. Produksi suatu unit usaha tidak akan berjalan tanpa adanya tenaga kerja. Kualitas SDM (sumber daya manusia) yang baik juga sangat diperlukan demi berlangsungnya kegiatan produksi dan mendapatkan keuntungan yang besar. Seperti pada rumus yang telah dijelaskan sebelumnya dengan fungsi produksi sebagai berikut :

$$\pi = TR (K,L) - TC (K,L)$$

Dimana terlihat bahwa L (labor) yaitu tenaga kerja merupakan salah satu faktor produksi penting dan sangat berpengaruh terhadap keuntungan. Pengaturan jumlah tenaga kerja berpengaruh terhadap biaya yang dikeluarkan karena semakin

banyak tenaga kerja berarti biaya yang dikeluarkan perusahaan semakin besar, maka otomatis hal ini akan mengurangi keuntungan yang didapat usaha VCO tersebut.

2.6.3 Jumlah kelapa

Kelapa merupakan faktor produksi yang utama dalam melakukan usaha pembuatan VCO. Pohon kelapa merupakan pohon penghasil buah kelapa yang digunakan sebagai bahan baku pembuatan VCO. Semakin banyak buah kelapa yang dimiliki maka semakin banyak jumlah VCO yang dihasilkan.

2.7 Aplikasi Eviews

Menurut Wahyu W 2009: 1 mengemukakan bahwa "Eviews adalah komputer yang digunakan untuk mengolah data statistik dan data ekonomi". Eviews merupakan perangkat lunak yang memudahkan dalam menganalisis data, regresi, dan peramalan dengan komputer. Eviews dapat digunakan untuk analisis dan evaluasi data ilmiah, analisis keuangan, peramalan makroekonomi, simulasi, peramalan penjualan dan analisis biaya. Di dalam EVIEWS data disimpan sebagai sebuah variabel yang disebut sebagai objek object. Pada sebuah file kerja, dapat dikenali melalui icon yang ditampilkan disamping nama objek. Untuk setiap jenis objek, terdapat sekelompok metode analisis data tertentu yang di sebut sebagai EVIEWS. Dengan menggunakan EVIEWS, dapat menampilkan ringkasan data dalam bentuk grafis atau melakukan hipotesis test sederhana.

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian oleh Irham Baehaqi(2011) yang berjudul "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keuntungan Usaha Pembuatan Pangsit Di Kabupaten Klaten". Penelitian ini merupakan kajian yang dilakukan dengan menggunakan kasus di Usaha Kecil dan Menengah (UKM) Pembuatan Pangsit di Kabupaten Klaten dengan menggunakan teknik penelitian *non probability* dan metode *Saturation Sampling* (*Sampling* Jenuh). Sebagai variabel dependen adalah besarnya keuntungan (π) sedangkan sebagai variabel independen adalah modal, tenaga kerja, pengalaman usaha, merk dagang dan pengalaman usaha. Berdasarkan analisis dengan metode

OLS dapat diketahui bahwa semua variabel berpengaruh terhadap keuntungan usaha ternak pada tingkat kepercayaan.

Penelitian oleh Syarifudin Mandaka dkk (2005) yang berjudul “Analisis Fungsi Keuntungan, Efisiensi Dan Kemungkinan Skema Kredit Bagi Pengembangan Skala Peternakan Sapi Perah Rakyat Di Kelurahan Kebon Pedes, Kota Bogor”. Penelitian ini merupakan kajian yang dilakukan dengan menggunakan kasus di usaha peternakan sapi perah sebagai unit analisisnya. Usaha sapi perah yang dijalankan masih didominasi oleh usaha peternakan sapi perah skala kecil dan menengah namun telah bersifat komersial. Dengan menggunakan fungsi keuntungan Cobb-Douglas dan fungsi translog. Sebagai variabel dependen adalah besarnya keuntungan (π) sedangkan sebagai variabel independen adalah harga konsentrat, harga hijauan, upah tenaga kerja, harga perlengkapan kandang, harga nilai obat-obatan, jumlah sapi produktif, dan pengalaman beternak. Berdasarkan analisis dengan metode OLS dapat diketahui bahwa semua variabel berpengaruh terhadap keuntungan usaha ternak pada tingkat kepercayaan 99 persen. Parameter penduga pada tingkat kepercayaan yang bernilai negatif adalah variabel pakan hijauan, tenaga kerja, dan obat-obatan.

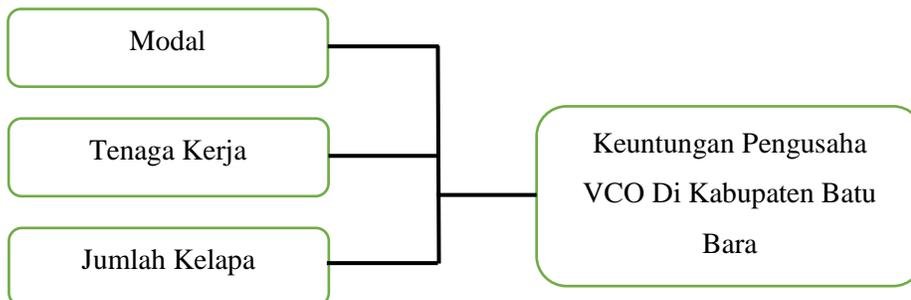
Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Asmie Poniwati (2008) dengan judul “Analisis Faktor-faktor yang Memengaruhi Tingkat Pendapatan Pedagang Pasar Tradisional di Kota Yogyakarta”. Lokasi penelitian dilakukan di empat pasar tradisional yang berada di Kota Yogyakarta. Sampel menggunakan metode Purposive Sampling, sampling diambil berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan. Pendapatan adalah variabel dependen dalam penelitian ini, sedangkan variabel independen adalah modal usaha, jam kerja, jumlah tenaga kerja, dan lama usaha. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jumlah modal usaha yang digunakan, jumlah tenaga kerja dan lama usaha yang dijalankan (signifikan) memengaruhi tingkat pendapatan pedagang tradisional di Kota Yogyakarta. Faktor-faktor yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat pendapatan yaitu jam kerja. Modal usaha merupakan faktor yang paling dominan dalam memengaruhi tingkat pendapatan pedagang pasar diantara ketiga faktor-faktor yang lain.

Penelitian oleh Mohd. Nur dan Rachmad (2009) yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pendapatan Nelayan Di Kota Banda Aceh”. Penelitian ini mempelajari pengaruh modal kerja, teknologi, jam kerja nelayan, dan ikan pada pendapatan nelayan, dan perbedaan pendapatan nelayan pada musim barat dan timur di Banda Aceh. Sampel penelitian adalah 92 nelayan di mana sampel diambil pada empat kecamatan di Banda Aceh. Model analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan uji perbedaan pada cara (z-test). Hasil dari penelitian ini adalah Modal kerja , Jam Kerja Melaut , Harga Ikan, dan Teknologi berpengaruh positif terhadap pendapatan nelayan di Kota Banda Aceh. Diantara keempat variabel independen tersebut, faktor harga memiliki pengaruh paling dominan. Selain itu, faktor musim juga secara signifikan menentukan ukuran pendapatan nelayan di mana musim timur menguntungkan atau nelayan itu bukan musim barat.

Penelitian oleh Pratiwi, Affifudin, Tafbu, dan Rujiman (2010). yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Produksi Industri Kecil Sepatu Dan Konveksi Di Kota Medan”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang memengaruhi produksi industri kecil sepatu dan konveksi di Kota Medan. Variabel dalam independen penelitian adalah modal usaha, tenaga kerja, jam kerja, pengalaman usaha. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode simple random sampling dari populasi yang tersedia. Hasil dari penelitian ini yaitu modal usaha, tenaga kerja, dan jam bekerja berpengaruh positif terhadap peningkatan hasil produksi industri sepatu, sedangkan pengalaman berusaha berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap peningkatan hasil produksi industri sepatu. Faktor modal sangat dominan memengaruhi peningkatan hasil produksi industri sepatu. Hasil dari penelitian industri konveksi menunjukkan bahwa modal usaha dan pengalaman berusaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan hasil produksi industri kecil konveksi. Variabel tenaga kerja dan jam kerja berpengaruh positif tetapi pengaruhnya tidak signifikan terhadap peningkatan hasil produksi industri kecil konveksi.

2.9 Kerangka Pemikiran

Besarnya tingkat keuntungan disebabkan oleh berbagai faktor, faktor-faktor yang ingin diteliti penulis adalah modal, jumlah tenaga kerja dan jumlah kelapa. Secara ringkas dapat digambarkan skema kerangka pemikiran pada analisis keuntungan pengusaha VCO di Kabupaten Batu Bara. sebagai berikut :



Gambar 2.1. Skema Kerangka Pemikiran

Pada dasarnya setiap perusahaan bertujuan untuk memperoleh keuntungan semaksimal mungkin. Oleh karenanya perusahaan harus menjual produknya dengan harga yang lebih tinggi dari biaya-biayanya (Boediono, 1996 : 95-100). Keberhasilan suatu industri biasanya ditandai dengan adanya tingkat keuntungan. Banyak faktor yang memengaruhi. Di dalam mempelajari faktor-faktor yang memengaruhi keuntungan pengusaha VCO di Kabupaten Batu Bara digunakan beberapa variabel. Penulis menggunakan kelima variabel untuk mempresentasikan tingkat keuntungan pengusaha VCO di Kabupaten Batu Bara, variabel yang digunakan yaitu variabel modal, jumlah kelapa dan jumlah tenaga kerja. Kelima variabel tersebut akan diuji pengaruhnya terhadap keuntungan pengusaha VCO di Kabupaten Batu Bara.

2.10 Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Diduga faktor jumlah tenaga kerja berpengaruh signifikan terhadap keuntungan pengusaha VCO di Kabupaten Batu Bara.
2. Diduga faktor modal berpengaruh signifikan terhadap keuntungan pengusaha VCO di Kabupaten Batu Bara..
3. Diduga faktor jumlah kelapa berpengaruh signifikan terhadap keuntungan pengusaha VCO di Kabupaten Batu Bara.